

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Produk Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Citra *Minang Fantasy Waterpark And Resort* Serta Dampaknya Pada Loyalitas Wisatawan” ini dilakukan di *Minang Fantasy Waterpark and Resort* yang beralamat di Jalan Sultan Syahrir (Perkampungan Minangkabau) Silaing Bawah, Kota Padang Panjang, Sumatera Barat.

3.2. Metode dan Unit Analisis Penelitian

Dalam setiap penelitian yang akan dilakukan, terlebih dahulu harus ditentukan metode dan unit analisis penelitian yang akan digunakan, sehingga tujuan dari penelitian tersebut dapat tercapai. Adapun jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah deskriptif analitis.

Menurut Sugiyono (2002:3), penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel maupun lebih (independen) sedangkan deskriptif analitis adalah suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa melakukan analisi dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Dengan menggunakan metode penelitian deskriptif ini, maka dapat diperoleh deskripsi mengenai, sebagai berikut:

- a) Gambaran mengenai produk wisata di *Minang Fantasy Waterpark And Resort*
- b) Gambaran mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Minang Fantasy Waterpark And Resort*
- c) Gambaran mengenai citra *Minang Fantasy Waterpark And Resort* dari persepsi wisatawan yang berkunjung
- d) Gambaran mengenai kelayakan wisatawan yang berkunjung ke *Minang Fantasy Waterpark And Resort*

Menurut Kusmayadi dan Sugiarto (2000:73) unit analisis adalah unit yang diamati dan akan dijelaskan serta merupakan obyek penelitian yang dapat berupa individu perorangan, kelompok organisasi, masyarakat, hasil karya manusia, instansi, dan sebagainya. Berdasarkan penjelasan diatas maka, unit analisis penelitian yang ditetapkan adalah individu wisatawan yang datang ke *Minang Fantasy Waterpark And Resort*. Hal ini dikarenakan penelitian ini ingin mengungkapkan permasalahan yang mana obyeknya adalah manusia

Menurut Sekaran (2011:61) variabel bebas atau *independent variable* adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Entah secara positif maupun negatif yaitu jika terdapat variabel bebas, variabel terikat juga hadir dan setiap unit kenaikan dalam variabel bebas, terdapat pula kenaikan atau penurunan dalam variabel terikat. Sedangkan menurut Sugiyono (2012:59) variabel terikat atau *dependent variable* adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Lalu penelitian ini juga menggunakan variabel endogen yang menurut Hasan (2002) dalam Sudaryono (2011:394) variabel endogen adalah setiap variabel yang mendapat pengaruh dari variabel lain.

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini adalah produk wisata (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) serta variabel terikat atau *dependent variable* adalah citra atau *image* (Y) Kemudian variabel endogen adalah loyalitas wisatawan yang berkunjung ke *Minang Fantasy Waterpark And Resort* (Z).

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2002:32). Jadi berdasarkan penjelasan tersebut karakteristik populasi yang menjadi obyek penelitian ini adalah wisatawan yang datang ke *Minang Fantasy Waterpark And Resort* pada tahun 2012 sampai dengan tahun 2014. Pengambilan angka untuk ukuran populasi diambil dari rata-rata jumlah wisatawan yang datang ke *Minang Fantasy Waterpark and Resort* selama tiga tahun terakhir yaitu 296.954

berdasarkan data yang didapat dari sekretariat *Minang Fantasy Waterpark and Resort*.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono, 2002:62). Dalam penentuan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus slovin yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Dimana :

n = ukuran sampel

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang bisa ditolerir (e=0,1)

N = ukuran populasi

Berdasarkan rumus slovin dalam Riduwan (2005:65) diatas maka dapat diperoleh jumlah sampel sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{296.954}{1+296.954 (0,1)^2} \\ &= \frac{296.954}{296,54} \\ &= 100 \end{aligned}$$

Pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling* yang dilakukan secara sederhana karena cara pengambilan sampel dari semua anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi (Sugiyono, 2002). Populasi yang dijadikan sampel juga adalah siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti atau yang disebut dengan *accidental sampling* (Sugiyono, 2002).

3.4. Defenisi dan Operasionalisasi Variabel

Riska Riana Putri, 2016

PENGARUH PRODUK WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP CITRA DAN LOYALITAS WISATAWAN DI MINANG FANTASY WATERPARK AND RESORT, KOTA PADANG PANJANG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini adalah produk wisata (X_1) yang terdiri dari dua indikator yaitu aktivitas dan fasilitas wisata kemudian kualitas pelayanan (X_2) dengan indikator *Tangible*, *Reability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty* (Zeithmal dan bitner (2000) dalam Rombe 2009:34) serta variabel terikat atau *dependent variable* adalah citra *Minang Fantasy Waterpark and Resort* (Y) dengan indikator *Cognitive image*, *Affective image*, dan *Unique image* (Hailin Qu et al., 2010:6) Kemudian variabel endogen adalah loyalitas wisatawan yang berkunjung (Z) dengan indikator Pembelian berulang, Rekomendasi, dan Peningkatan proporsi belanja (Barnes, 2003:42). Secara lebih rinci definisi dan operasionalisasi variabel dalam penelitian ini ditampilkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Sub-variabel	Indikator
Kepuasan konsumen tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja produk (hasil) yang ia rasakan dengan harapannya Kepuasan konsumen= f (expectation, perceived performance) <i>Kotler (1996:50)</i> Produk wisata (X_1) produk wisata merupakan keseluruhan pelayanan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati wisatawan. Semenjak ia meninggalkan tempat tinggalnya, sampai ke daerah tujuan wisata yang telah dipilihnya dan kembali kerumah dimana ia berangkat semula <i>Suwantoro (1997:49)</i>	Aktivitas wisata Menurut kegiatan atau aktivitas wisata dapat dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu something to see (sesuatu yang dapat dilihat), something to do (sesuatu yang dapat dilakukan), something to buy (sesuatu yang dapat dibeli) <i>Yoeti (1985:9)</i>	Something to see Suatu aktivitas yang dapat dilakukan dengan cara melihat
		Something to do Suatu aktivitas yang dapat dilakukan secara langsung oleh wisatawan
		Something to buy Suatu aktivitas yang dapat dilakukan wisatawan dengan cara membeli
	Fasilitas wisata fasilitas wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan, dan lain sebagainya. Fasilitas kemudian dibagi menjadi dua, yaitu sarana (pokok, penunjang, pelengkap) dan prasarana. <i>Suwantoro (1997:3)</i>	Sarana pokok, penunjang, pelengkap Prasarana Sebuah fasilitas yang disediakan yang tidak dapat berpindah tempat
Kualitas pelayanan (X_2) Menurut kualitas pelayanan merupakan penyampaian layanan secara excellent atau superior yang diberikan secara relative terhadap harapan konsumen. <i>Zeithmal dan Bitner (2003) dalam Rombe (2009:42)</i>	Tangible	meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
	Reability	yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
	Responsiveness	yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

	Assurance	mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keraguan.
	Emphaty	meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan
Citra (Y) Citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri public terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi. <i>Canton dalam sukatendel (1990) dalam Soemirat (2012:111)</i>	Cognitive Image	Quality of experience
	terdiri dari kualitas pengalaman yang didapat oleh para wisatawan, atraksi wisata yang ada di suatu destinasi, lingkungan dan infrastruktur di destinasi tersebut, hiburan atau aktivitas di luar, dan tradisi budaya dari destinasi tersebut	Touristic attraction
		Environment and infrastructure
		Entertainment/outdoor acitivities
		Cultural traditions
	Unique image	Natural environment
	Affective image	Local attraction
		Pleasant
		Relaxing
Loyalitas (Z) Loyalitas sejati tidak hanya berasal dari ikatan semu yang membuat salah satu pihak mendapat kesulitan untuk mengakhiri hubungan tersebut dan fondasi loyalitas adalah dalam menunjang kepuasan konsumen; ini adalah hubungan emosional dan sikap, bukan sekedar perilaku <i>Barnes (2003:40)</i>	Pembelian berulang	Berkunjung kembali
	Perekomendasian	Mendapat informasi dari orang lain yang sudah pernah berkunjung ke tempat tersebut sebelumnya dan memberikan informasi positif kepada orang lain
	Peningkatan proporsi belanja	Biaya yang dikeluarkan lebih banyak daripada kunjungan sebelumnya

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Sub-variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kepuasan konsumen tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja produk (hasil) yang ia rasakan dengan harapannya $\text{Kepuasan konsumen} = f(\text{expectation, perceived performance})$ <i>Kotler (1996:50)</i>	Aktivitas wisata Menurut kegiatan atau aktivitas wisata dapat dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu <i>something to see</i> (sesuatu yang dapat dilihat), <i>something to do</i> (sesuatu yang dapat dilakukan),	Something to see	<ul style="list-style-type: none"> Pemandangan yang ada di MIFAN merupakan hal yang menarik 	Ordinal
		Something to do	<ul style="list-style-type: none"> aktivitas menonton di <i>cinema</i> 4D MIFAN menjadi hal yang menyenangkan aktivitas bermain di ferris whell merupakan hal yang menyenangkan aktivitas bermain di bombom car merupakan hal yang menyenangkan aktivitas bermain futsal di MIFAN 	Ordinal
Produk wisata				

Riska Riana Putri, 2016

PENGARUH PRODUK WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP CITRA DAN LOYALITAS WISATAWAN DI MINANG FANTASY WATERPARK AND RESORT, KOTA PADANG PANJANG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

<p>(X₁) produk wisata merupakan keseluruhan pelayanan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati wisatawan. Semenjak ia meninggalkan tempat tinggalnya, sampai ke daerah tujuan wisata yang telah dipilihnya dan kembali kerumah dimana ia berangkat semula Suwantoro (1997:49)</p>	<p><i>something to buy</i> (sesuatu yang dapat dibeli)</p> <p>Yoeti (1985:9)</p>		<p>merupakan hal yang menyenangkan</p> <ul style="list-style-type: none"> • aktivitas bermain di jump a round merupakan hal yang menyenangkan • aktivitas bermain di UFO merupakan hal yang menyenangkan • aktivitas bermain di mini coaster merupakan hal yang menyenangkan • aktivitas berkeliling MIFAN dengan <i>mini train</i> dan <i>Segway</i> merupakan hal yang menyenangkan • aktivitas bermain di kolam kiddy merupakan hal yang menyenangkan • aktivitas bermain di slide spiral & multi racer slide merupakan hal yang menyenangkan • aktivitas bermain di kolam ember tumpah merupakan hal yang menyenangkan • aktivitas bermain di kolam ombak merupakan hal yang menyenangkan • aktivitas bermain di slide ban merupakan hal yang menyenangkan • aktivitas bermain di bumper boat merupakan hal yang menyenangkan • aktivitas bermain di kolam renang wanita merupakan hal yang menyenangkan • aktivitas bermain di kolam renang <i>olympic</i> merupakan hal yang menyenangkan • aktivitas outbond MIFAN merupakan hal yang menyenangkan 	
		Something to buy	<ul style="list-style-type: none"> • makanan dan minuman yang di jual restoran MIFAN berkualitas • makanan dan minuman yang di jual rumah makan selera nusantara berkualitas • makanan dan minuman ringan yang di jual oleh pedagang berkualitas • merchandise yang dijual di souvenir shop menarik untuk dibeli dan berkualitas 	Ordinal
	<p>Fasilitas wisata fasilitas wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan, dan lain sebagainya. Fasilitas kemudian dibagi menjadi dua, yaitu sarana (pokok, penunjang, pelengkap) dan prasarana.</p>	Sarana	<ul style="list-style-type: none"> • cottage yang disediakan layak digunakan • Kondisi toilet di MIFAN layak digunakan • Ada tempat makan dan minum yang berkualitas • Dapat melakukan kegiatan olahraga di MIFAN • Tempat sampah di MIFAN mudah ditemukan • Tempat sampah di MIFAN layak digunakan • Lahan parkir mobil yang luas dan layak • Lahan parkir motor luas dan layak • Ada tempat layak yang dapat digunakan sebagai tempat istirahat • ada petunjuk arah yang jelas • papan informasi mengenai arena bermain dapat dimengerti • ada peta kawasan MIFAN • transportasi yang mudah didapat untuk menuju MIFAN 	Ordinal
		prasarana	<ul style="list-style-type: none"> • jalan di MIFAN nyaman untuk digunakan 	Ordinal

Riska Riana Putri, 2016

PENGARUH PRODUK WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP CITRA DAN LOYALITAS WISATAWAN DI MINANG FANTASY WATERPARK AND RESORT, KOTA PADANG PANJANG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	<i>Suwantoro (1997:3)</i>		<ul style="list-style-type: none"> • listrik di MIFAN cukup untuk penerangan • air di MIFAN layak untuk digunakan • jalan menuju cottage nyaman untuk digunakan • listrik di cottage cukup untuk penerangan • air di cottage layak untuk digunakan 	
Kualitas pelayanan (X₂) <i>Menurut kualitas pelayanan merupakan penyampaian layanan secara excellent atau superior yang diberikan secara relative terhadap harapan konsumen.</i> <i>Zeithmal dan Bitner (2003) dalam Rombe (2009:42)</i>	<i>Tangible</i>	a. fasilitas fisik perlengkapan b. pegawai c. sarana komunikasi.	<ul style="list-style-type: none"> • Fasilitas yang disediakan oleh MIFAN berkualitas dan sudah sesuai harapan • Pelayanan dari karyawan MIFAN berkualitas dan sudah sesuai harapan • Karyawan MIFAN berpakaian rapi 	Ordinal
	<i>Reability</i>	a. pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan	<ul style="list-style-type: none"> • Karyawan MIFAN melayani pengunjung dengan cepat dan memuaskan 	Ordinal
	<i>Responsiveness</i>	a. membantu para pelanggan b. memberikan pelayanan dengan tanggap	<ul style="list-style-type: none"> • Karyawan MIFAN sigap dalam membantu pengunjung untuk memenuhi kebutuhan mereka • Karyawan MIFAN membantu pengunjung jika kesulitan 	Ordinal
	<i>Assurance</i>	a. Pengetahuan b. Kemampuan c. Kesopanan d. sifat dapat dipercaya e. bebas dari bahaya, resiko atau keraguan	<ul style="list-style-type: none"> • Karyawan MIFAN tahu jelas mengenai aktivitas dan fasilitas yang disediakan • Karyawan MIFAN bersikap sopan dan santun • Pengunjung mempercayai karyawan MIFAN untuk melayani kebutuhan mereka 	Ordinal
	<i>Emphaty</i>	a. kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik b. perhatian pribadi c. memahami kebutuhan para pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> • Karyawan MIFAN dapat mengerti apa yang dibutuhkan oleh pengunjung tanpa pengulangan permintaan • karyawan MIFAN melayani pengunjung dengan ramah • Perhatian yang diberikan karyawan MIFAN dalam memenuhi kebutuhan • Perhatian yang diberikan karyawan MIFAN dalam menanggapi keluhan 	Ordinal
Citra (Y) <i>Citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri public terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi.</i> <i>Canton dalam sukatendel (1990) dalam Soemirat (2012:111)</i>	<i>Cognitive Image</i>	<i>Quality of experience</i>	<ul style="list-style-type: none"> • pengalaman berada di MIFAN menyenangkan • kenangan di MIFAN tidak mudah untuk dilupakan 	Ordinal
		<i>Touristic attraction</i>	<ul style="list-style-type: none"> • kolam permainan yang ada di MIFAN beragam • ada hal lain yang lebih menarik yang dapat dilihat selain arena permainan kolam seperti arena bermain ferris whell, cinema 4D, dll 	Ordinal
		<i>Environment and infrastructure</i>	<ul style="list-style-type: none"> • udara MIFAN yang sejuk menciptakan kenyamanan • Bau yang berasal dari beberapa tempat mengganggu kenyamanan • Ada beberapa tempat yang dibiarkan kosong lalu terlihat kotor mengganggu kenyamanan • Keadaan kolam dan arena bermain yang kotor mengganggu kegiatan • Keadaan rumah tradisional Minangkabau yang kotor mengganggu kegiatan • Wisatawan merasa aman ketika berada di MIFAN 	Ordinal
		<i>Entertainment/o</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Hiburan dipanggung yang ada di MIFAN 	Ordinal

Riska Riana Putri, 2016

PENGARUH PRODUK WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP CITRA DAN LOYALITAS WISATAWAN DI MINANG FANTASY WATERPARK AND RESORT, KOTA PADANG PANJANG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

		<i>utdoor acitivities</i>	<p>menyenangkan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan piknik di ruang terbuka menarik • Perlu diadakan beberapa permainan yang diadakan oleh pihak MIFAN melibatkan beberapa wisatawan • Mengambil foto bersama didepan bangunan rumah tradisional minangkabau menarik • Ingin lebih banyak lagi permainan di kolam selain ember tumpah, slide, ombak, dan bumper boat • kereta mini untuk pengunjung merupakan hal yang menyenangkan 	
		<i>Cultural traditions</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Wisatawan memiliki cara masing-masing untuk menikmati liburan di MIFAN • Datang ke MIFAN karena merupakan kebiasaan keluarga ditiap liburan • Ada kesenian khas di MIFAN yang dapat disaksikan 	Ordinal
	<i>Unique image</i>	<i>Natural environment</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Kondisi alam (kesejukan dan kenyamanan) yang ada MIFAN berbeda daripada tempat wisata lain 	Ordinal
		<i>Local attraction</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ada permainan yang dapat dilakukan disini tetapi tidak bisa di tempat lain • Ada beberapa kolam bermain yang aktivitasnya (ombak, ember tumpah, slide) tidak dapat dilakukan di tempat lain 	Ordinal
	<i>Affective image</i>	<i>Pleasant</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Merasa nyaman ketika melakukan liburan di MIFAN 	Ordinal
		<i>Relaxing</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Merasa santai dan lepas dari rutinitas sehari-hari ketika berada di MIFAN 	Ordinal
		<i>exciting</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ada banyak permainan yang bisa dilakukan dan dicoba yang menarik • Ada banyak rumah tradisional Minangkabau yang bisa dilihat secara langsung dan menarik 	Ordinal
	<p>Loyalitas (Z) <i>Loyalitas sejati tidak hanya berasal dari ikatan semu yang membuat salah satu pihak mendapat kesulitan untuk mengakhiri hubungan tersebut dan fondasi loyalitas adalah dalam menunjang kepuasan konsumen; ini adalah hubungan emosional dan sikap, bukan sekedar perilaku</i></p> <p><i>Barnes (2003:40)</i></p>	Pembelian berulang	<ul style="list-style-type: none"> • Menjadi sering berkunjung ke MIFAN setelah kunjungan pertama 	Ordinal
		Perekomendasi	<ul style="list-style-type: none"> • Mendapat informasi dari orang lain yang sudah pernah berkunjung ke MIFAN • memberikan informasi positif mengenai MIFAN kepada orang lain 	Ordinal
		Peningkatan proporsi belanja	<ul style="list-style-type: none"> • Biaya yang dikeluarkan selama berada di MIFAN lebih banyak daripada kunjungan sebelumnya (membeli souvenir, makanan & minuman, dll) • Biaya yang dikeluarkan untuk berlibur di MIFAN lebih banyak daripada kunjungan sebelumnya (tidak hanya membeli tiket masuk tetapi juga menyewa cottage, auditorium, balairung, dll) 	Ordinal

Sumber : Hasil Pengolahan Data Peneliti (2015)

3.5. Metode Pengumpulan data

3.5.1. Data Primer

Data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik, atau perilaku yang dilakukan oleh subyek

Riska Riana Putri, 2016

PENGARUH PRODUK WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP CITRA DAN LOYALITAS WISATAWAN DI MINANG FANTASY WATERPARK AND RESORT, KOTA PADANG PANJANG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

yang dapat dipercaya, yakni subyek penelitian atau informan yang berkenaan dengan variable yang diteliti atau daya yang diperoleh dari responden secara langsung (Arikunto, 2010:22) .Adapun data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data tentang profil wisatawan, aktivitas dan fasilitas wisata yang ada di *Minang Fantasy Waterpark And Resort*, kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak *Minang Fantasy Waterpark And Resort* serta persepsi wisatawan mengenai *Minang Fantasy Waterpark And Resort* secara keseluruhan. Metode pengumpulan data primer yang dilakukan oleh penulis adalah dengan cara penyebaran kuisioner.

3.5.2. Data Sekunder

Menurut Arikunto (2010:22) data sekunder adalah data yang diperoleh dari teknik pengumpulan data yang menunjang data primer. Dalam penelitian ini diperoleh dari hasil observasi yang dilakukan penulis serta dari studi pustaka. Data sekunder yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data mengenai gambaran umum lokasi penelitian, yaitu profil *Minang Fantasy Waterpark And Resort*. Metode ini dilakukan baik berupa studi manual ataupun *online*. Pengumpulan data yang dilakukan secara manual dilakukan dengan studi kepustakaan. Data yang didapatkan berupa dokumen, foto, maupun laporan yang diperoleh dari sekretariat *Minang Fantasy Waterpark And Resort*. Sedangkan untuk pengumpulan data *online* penulis memilih situs penyedia informasi yang sesuai diantaranya situs-situs resmi Indonesia, pemerintahan Kota Padang Panjang, Koran harian *online*, dan situs lainnya.

3.6. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2003:76) Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Pengumpulan data dilakukan untuk membuktikan hipotesis yang sudah ditentukan sebelumnya. Instrumen data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi ke dalam dua bagian, sebagaimana berikut:

1. Kuisioner

Menurut Sugiyono (2011:199) angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab, teknik ini merupakan teknik yang efisien jika peneliti tahu pasti dengan variable yang akan diukur dan tahu apa yang tidak bisa diharapkan dari responden. Kuisisioner yang akan disebar oleh peneliti kepada wisatawan *Minang Fantasy Waterpark And Resort*. Kuisisioner ini bersifat terbuka, tertutup, dan semi terbuka. Adapun tipe skala pengukuran yang dibuat dalam kuisisioner ini adalah menggunakan Pendekatan Skala Likert.

Menurut Sarwono (2006:15), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap dalam suatu penelitian, yang dimaksud dengan sikap ialah 1) pengaruh atau penolakan, 2) penilaian, 3) suka atau tidak suka, 4) kepositifan dan kenegatifan terhadap suatu obyek psikologis. Biasanya sikap dalam skala Likert diekspresikan mulai dari yang paling negatif, netral sampai ke paling positif. Untuk melakukan kuantifikasi maka skala tersebut kemudian diberi angka-angka sebagai simbol agar dapat dilakukan perhitungan. Menurut Sugiyono (2010:93) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Sesuai dengan pernyataan diatas, setiap instrument yang berupa pertanyaan ataupun pernyataan memiliki jawaban yang diekspresikan mulai dari paling negatif sampai ke paling positif. Jawaban tersebut diberi nilai untuk membedakan bobot dari jawaban tersebut sesuai tabel 3.3 dibawah ini:

Tabel 3.3
Kriteria Bobot Nilai Alternatif

Jawaban	Nilai / Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Cukup setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber: Sugiyono, 2003

Karena hasil dari data yang menggunakan skala Likert merupakan data ordinal sedangkan analisis data menggunakan regresi yang membutuhkan data interval. Maka perlu dikonversikan terlebih dahulu. Data ordinal yang

telah didapat dikonversikan menjadi data interval melalui alat yaitu *Method Success Interval* (MSI).

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari dan mengumpulkan data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen, rapat, agenda dan sebagainya (Arikunto, 2006:231).

3. Observasi

Digunakan apabila obyek penelitian bersifat perilaku manusia, proses kerja, gejala alam, responden kecil. (Sugiyono, 2012:45)

4. Wawancara

Digunakan bila ingin mengetahui hal-hal dari responden secara lebih mendalam serta jumlah responden sedikit (Sugiyono, 2012:37).

3.7. Uji Validitas dan Reabilitas

3.7.1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2012:133) pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor setiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor dengan syarat minimum $r=0,3$ maka item pertanyaan dikatakan valid dan dapat diukur. Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid, yang berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur lalu untuk pengukuran validitas jumlah yang digunakan sebagai anggota sampel sekitar 30 orang. Perhitungan validitas item instrumen dilakukan juga dengan bantuan SPSS 20.0 for Windows.

Menurut Singarimbun (1995:124) untuk menentukan kevalidan dari item kuesioner digunakan metode koefisien *product moment* yaitu dengan mengkorelasikan skor total yang dihasilkan oleh masing-masing responden (Y) dengan skor masing-masing item (X) dengan rumus :

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana :

r : Koefisien validitas item yang dicari

- x : Skor yang diperoleh subjek seluruh item
 y : Skor total
 $\sum x$: Jumlah skor dalam distribusi x
 $\sum y$: Jumlah skor dalam distribusi y
 $\sum x^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi x
 $\sum y^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi y
 n : Banyaknya responden

Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan, dan hasilnya dapat dilihat melalui hasil r -hitung yang dibandingkan dengan r -tabel. Rumus uji validitas yang di gunakan yaitu *product moment* dengan signifikansi 5% atau 0,05. Berikut merupakan r -tabel *product moment* dimana $df = 30$

Tabel 3.4
 r -tabel product moment

N	R
30	0,349

Sumber : www.teorionline.files.wordpress.com(2014)

Keputusan pengujian validitas kepuasan konsumendan kualitas pelayanan yang ada di *Minang Fantasy Waterpark And Resort* adalah sebagai berikut:

- Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika r hitung $>$ r tabel
- Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika r hitung \leq r tabel

3.7.2. Uji Reabilitas

Menurut Sugiyono (2002:122) uji reabilitas digunakan berkali-kali yang menghasilkan data yang sama (konsisten).

Karena dalam penelitian ini menggunakan sistem pengskalaan dengan menggunakan metode Likert, maka rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah teknik *Alpha Croanbanch*, yaitu:

$$r_{11} \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_n^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Dimana :

K = jumlah item

$\sum si^2$ = jumlah varians setiap item pertanyaan

$\sum st^2$ = varians skor total

Kriteria pengambilan keputusan untuk reliabilitas dicari dengan menggunakan rumus:

$$t = \frac{\sqrt{1 - r^2}}{r\sqrt{n - 2}}$$

$t_{hitung} > t_{tabel}$ maka instrumen dikatakan reliabel

$t_{hitung} < t_{tabel}$ maka instrumen dikatakan tidak reliabel

Setelah nilai koefisiensi reliabilitas diperoleh, maka perlu ditetapkan suatu nilai koefisien reabilitas paling kecil yang dianggap reliabel. Disarankan koefisien reliabilitas antara 0.70 - 0.80 cukup baik untuk tujuan penelitian dasar (**Kaplan – Sacuzzo, 1993:126**) .

Tabel 3.4
Suggested Reliability Standards

Interpretation	Reliability
Good	0.80
Acceptable	0.70
Marginal	0.60
Poor	0.50

Sumber : Diolah penulis (2015)

3.8. Analisis Data

Setiap data pada dasarnya sangat memerlukan teknik analisa dan pengolahan yang berbeda-beda dari tiap-tiap variabel dan permasalahannya dan untuk memudahkan penelitian ini, Maka penulis membagi kegiatan analisa menjadi tiga bagian yaitu distribusi frekuensi untuk mengetahui segmentasi wisatawan, korelasi untuk mengetahui hubungan yang dihasilkan oleh variabel produk wisata (X_1) dan variabel kualitas pelayanan (X_2), regresi untuk mengetahui pengaruh yang dihasilkan dari tiap-tiap variabel terhadap variabel lain, kemudian *path analysis* untuk mengetahui hubungan kausal dari empat variabel yang ada dalam judul penelitian ini.

3.8.1. Tabel Distribusi Frekuensi

Riska Riana Putri, 2016

PENGARUH PRODUK WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP CITRA DAN LOYALITAS WISATAWAN DI MINANG FANTASY WATERPARK AND RESORT, KOTA PADANG PANJANG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel distribusi frekuensi digunakan untuk memudahkan peneliti dalam menyusun hasil kuisioner yang telah disebarkan kepada wisatawan yang berkunjung ke *Minang Fantasy Waterpark and Resort*. Dengan penyajian yang baik akan mempermudah bagi pembaca laporan untuk memahami makna yang disajikan dalam bentuk angka maupun gambar.

Tabel distribusi frekuensi data ini digunakan oleh peneliti untuk memudahkan kuisioner yang akan diolah menjadi data informasi yang jelas dari segmentasi wisatawan yang berkunjung. Dalam menyusun data dalam bentuk tabel dapat dilakukan dengan cara menyusun dalam urutan jenjang dan menyusun dengan mengelompokan (Sudarsono, 1988).

Data yang akan diolah dengan cara urutan jenjang adalah jenis kelamin, daerah asal, pekerjaan, jumlah kunjungan, motivasi, dan mendapat informasi. Cara ini dilakukan dengan melihat angka tertinggi dari jawaban kemudian selanjutnya disusun secara berurutan sehingga angka terakhir menjadi angka yang paling rendah. Lalu membuat tabel distribusi frekuensi dengan cara mengelompokan. Data yang akan diolah dengan cara ini adalah usia dan pendapatan.

3.8.2. Metode *Method Success Interval (MSI)*

Penelitian ini menggunakan skala ordinal seperti yang dijelaskan dalam operasional variabel. Oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval dengan cara MSI (*Method Success Interval*). Karena untuk teknik analisis data selanjutnya yang menggunakan metode korelasi, regresi, dan *path analysis* menggunakan jenis data yang interval. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut menurut Al-Rasyid (1994:131) adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.

- c. Berdasarkan proporsi tersebut dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan pertanyaan.
- d. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pilihan jawaban pertanyaan.
- e. Menentukan nilai interval rata-rata (scale value) untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

Scale Value

$$= \frac{(Density\ At\ Lower\ Limit) - (Density\ At\ Upper\ Limit)}{(Area\ Below\ Upper\ Limit) - (Area\ Below\ Lower\ Limit)}$$

- f. Menghitung nilai hasil transformasi setiap pilihan jawaban melalui rumus persamaan sebagai berikut:

$$Nilai\ hasil\ transformasi : score = scale\ value_{minimum} + I$$

Data yang telah terbentuk skala interval kemudian ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan variabel tersebut.

3.8.3. Garis Kontinum

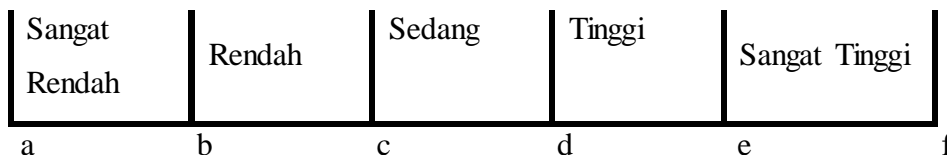
Dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dimana hasil dari skala Likert merupakan data ordinal. Menurut Hasan (2009:21) data ordinal merupakan data yang berasal dari objek atau kategori yang disusun menurut besarnya, dari tingkat terendah ke tingkat tertinggi atau sebaliknya, dengan jarak atau rentang yang tidak harus sama.

Data ordinal tersebut selanjutnya di buat skoring yang kemudian digambarkan melalui penggunaan tabel distribusi frekuensi untuk keperluan menganalisa data. Nilai numerikal tersebut dianggap sebagai objek dan selanjutnya melalui proses transformasi ditempatkan ke dalam interval. Untuk menganalisis setiap pertanyaan atau indikator, hitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan dijumlahkan. Setelah setiap indikator mempunyai jumlah, selanjutnya penulis membuat garis kontinum. Setelah mengetahui skor jumlah indikator, skor tersebut diklasifikasikan dengan garis kontinum. Sebelumnya ditentukan dulu jenjang intervalnya, yaitu dengan menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Sudjana (2005:79) sebagai berikut:

$$\text{Nilai Jenjang Interval (NJI)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

Dimana hasil dari Nilai Jenjang Interval (NJI) adalah interval untuk menentukan sangat baik, baik, cukup baik, buruk, atau sangat buruk dari suatu variabel. Berikut merupakan gambar garis kontinum

Dan berikut penulis berikan contoh gambar garis kontinum :



Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.8.4. Uji Asumsi Klasik Regresi

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS). Jadi analisis regresi yang tidak berdasarkan OLS tidak memerlukan persyaratan asumsi klasik, misalnya regresi logistik atau regresi ordinal. Teknik analisis regresi linear sederhana dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Salah satu yang harus terpenuhi dalam analisis regresi adalah datanya mengikuti distribusi normal, sehingga sebelum dilakukan analisis data regresi perlu dilakukan uji normalitas data pada variabel produk wisata (X_1), kualitas pelayanan (X_2), citra (Y), dan loyalitas (Z). Uji normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data (Purbayu Budi Santosa dan Ashari, 2005:231). Uji normalitas distribusi data dalam penelitian ini menggunakan Uji *Kolmogorov-Smirnov*. Uji *Kolmogorov-Smirnov* berdasar pada kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika Asymp Sig. (p-value) $> \alpha$ 0,05 maka dapat dinyatakan data berdistribusi normal
- b. Jika Asymp sig. (p-value) $< \alpha$ 0,05 maka dapat dinyatakan data tidak berdistribusi normal

2. Uji Linieritas

Riska Riana Putri, 2016

PENGARUH PRODUK WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP CITRA DAN LOYALITAS WISATAWAN DI MINANG FANTASY WATERPARK AND RESORT, KOTA PADANG PANJANG
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Asumsi berikutnya dari analisis regresi yang peneliti bahas adalah asumsi linieritas. Asumsi ini menyatakan bahwa untuk setiap persamaan regresi linear, hubungan antara variabel independen dan dependen harus linear (Purbayu Budi Santosa dan Ashari, 2005, hlm. 244). Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah:

- a. Jika nilai probabilitas $> 0,05$, maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah linear.
- b. Jika nilai probabilitas $< 0,05$, maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah tidak linear.

3. Uji Heteroskedastisitas

Asumsi terakhir yang peneliti bahas Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan setiap variabel bebas dengan nilai mutlak residualnya menggunakan korelasi Rank Spearman

4. Uji Hipotesis

Menurut Utama dan Eka, (2012:27-28) Hipotesis adalah dugaan yang mungkin benar, atau mungkin juga salah. Dia akan ditolak jika salah atau palsu, dan akan diterima jika fakta-fakta membenarkannya.

Berdasarkan pengertian hipotesis yang telah diuraikan oleh I Gede Bagus Rai Utama dan Ni Made Eka, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut:

$H_0 : b \leq 0$ ini berarti secara parsial variabel produk wisata (X_1) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel citra (Y).

$H_0 : b \leq 0$ ini berarti secara parsial kualitas pelayanan (X_2) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel citra (Y).

$H_0 : b \leq 0$ produk wisata (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel citra (Y).

$H_o : b \leq 0$ citra *Minang Fantasy Waterpark and Resort* (Y) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan (Z) yang berkunjung

$H_o : b \leq 0$ produk wisata (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) pada citra (Y) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan (Z) yang berkunjung ke *Minang Fantasy Waterpark and Resort*

$H_a : b > 0$ ini berarti secara parsial variabel produk wisata (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel citra (Y).

$H_a : b > 0$ ini berarti secara parsial kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel citra (Y).

$H_a : b > 0$ produk wisata (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel citra (Y).

$H_a : b > 0$ citra *Minang Fantasy Waterpark and Resort* (Y) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan (Z) yang berkunjung

$H_a : b > 0$ Produk wisata (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) pada citra (Y) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan (Z) yang berkunjung ke *Minang Fantasy Waterpark and Resort*

Selanjutnya dalam rumusan hipotesis harus melakukan uji statistik. Uji statistik dalam penelitian ini terdapat dua uji statistik yaitu uji t dan uji f sebagai berikut :

1) Uji t

Uji t merupakan uji simultan untuk melihat pengaruh variabel X terhadap variabel Y, dan analisis data yang digunakan peneliti selanjutnya adalah uji t, maka hasil t hitung akan dibandingkan dengan t tabel. Kemudian melihat seberapa besar pengaruh X_1 , X_2 , dan Y terhadap Z.

2) Uji F

Uji f digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dengan kondisi dimana nilai f hitung lebih besar daripada f tabel dan nilai Sig lebih kecil daripada alpha 5% atau 0,05.

5. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi untuk mengetahui besarnya presentase kontribusi variabel produk wisata (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan citra (Y) serta loyalitas (Z).

dengan rumus koefisien determinasi (kd) yaitu :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Dimana:

KD = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

Simbol r^2 merupakan kuadrat dari koefisien korelasi yang berkaitan dengan variabel produk wisata (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan variabel kinerja (Y). Oleh karena itu, penggunaan koefisien determinasi dalam korelasi tidak harus diinterpretasikan sebagai besarnya pengaruh masing-masing variabel (X_1 dan X_2) terhadap variabel citra (Y) lalu variabel (Y) terhadap (Z) , mengingat bahwa korelasi tidak sama dengan kausalitas. Semakin besar n (ukuran sampel) maka nilai r^2 cenderung makin kecil. Sebaliknya dimana peneliti mengamati hubungan dari beberapa variabel pada satu unit analisis perusahaan maka r^2 akan cenderung besar.

Tabel 3.6
Pedoman Koefisien Determinasi

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0% - 19,99%	Sangat Lemah
20% - 39,99%	Lemah
40% - 59,99%	Sedang
60% - 79,99%	Kuat
80% - 100%	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2012)

3.8.5. Regresi

1. Regresi Sederhana

Regresi atau peramalan menurut Alma (2012:76) adalah suatu proses memperkirakan secara sistematis tentang apa yang paling mungkin terjadi di masa yang akan datang berdasarkan informasi masa lalu dan sekarang yang

dimiliki, regresi sederhana dapat di analisis karena didasari oleh hubungan fungsional atau hubungan sebab akibat (kausal).

Dalam penelitian ini, peneliti membuat hubungan kausal antara empat variabel. metode ini digunakan untuk mengetahui pengaruh yang dihasilkan oleh:

- a. Pengaruh produk wisata (X_1) terhadap citra *Minang Fantasy Waterpark And Resort* (Y)
- b. Pengaruh kualitas pelayanan (X_2) terhadap citra *Minang Fantasy Waterpark And Resort* (Y)
- c. Pengaruh citra *Minang Fantasy Waterpark And Resort* (Y) dengan loyalitas wisatawan yang berkunjung (Z).

Persamaan regresi dirumuskan:

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan :

\hat{Y} : (baca Y topi) subjek variabel yang diproyeksikan

X : variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu untuk diprediksikan

a : nilai konstanta harga Y jika $X=0$

b: nilai arah sebagai penentu ramalan yang menunjukkan nilai peningkatan (+) atau penurunan (-) variabel Y

2. Regresi Ganda

Analisis regresi ganda adalah pengembangan dari analisis regresi sederhana. Kegunaan dari analisis ini untuk meramalkan nilai pengaruh variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas (Alma ,2012:88).

Peneliti menggunakan metode ini untuk mengetahui nilai pengaruh yang dihasilkan oleh variabel produk wisata (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap citra *Minang Fantasy Waterpark And Resort* (Y). adapun model persamaan regresi ganda yaitu sebagai berikut:

a. Dua variabel bebas : $Y=a+b_1X_1+b_2X_2$

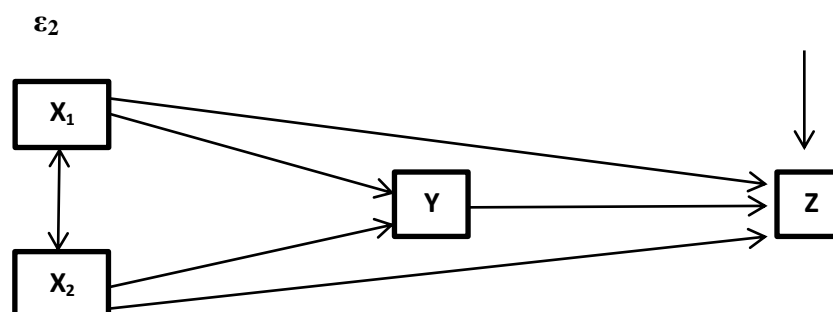
b. Tiga variabel bebas : $Y=a+b_1X_1+b_2X_2+b_3X_3$

- c. Empat variabel bebas : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$
 d. Ke-n variabel bebas : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n$

Regresi ganda dapat dihitung dengan cara komputer dengan menggunakan program *statistical product and service solutions (SPSS)* dan ada juga dengan cara yang manual.

3.8.6. Path Analysis (Diagram Jalur)

Path analysis digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak seperangkat variabel bebas terhadap bebas terikat (Alma, 2012:125). Masalah yang dirumuskan oleh peneliti merupakan masalah yang bersifat asosiatif kausal. Asosiatif kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat, jadi disini ada variabel yang mempengaruhi dan variabel yang dipengaruhi (Sugiyono, 2002:12). Variabel yang mempengaruhi adalah variabel produk wisata (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap citra *Minang Fantasy Waterpark And Resort* (Y), kemudian variabel citra terhadap loyalitas (Z). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *path analysis* untuk mengetahui hubungan yang dihasilkan oleh produk wisata (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap citra (Y) serta dampaknya terhadap loyalitas wisatawan yang berkunjung ke *Minang Fantasy Waterpark And Resort* (Z). Metode *path Analysis* (diagram jalur) digunakan untuk mempermudah peneliti dalam mencari nilai diantara hubungan kausal yang dihasilkan oleh empat variabel ini. Adapun bentuk diagram jalur dalam penelitian ini yaitu:

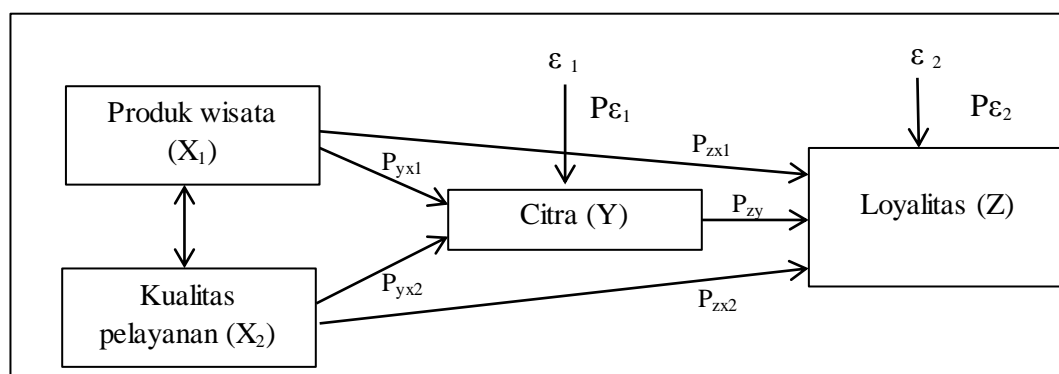


Gambar 3.2
Diagram jalur hubungan kausal X_1 , X_2 , Y, dan Z

Pada sebuah diagram jalur, tanda panah berujung ganda (\longleftrightarrow) menunjukkan hubungan korelasional dan tanda panah satu arah (\longrightarrow) menunjukkan hubungan kausal atau pengaruh langsung dari variabel satu ke variabel lainnya. Secara sistematis *path analysis* mengikuti pola analisis struktural, sehingga dapat mengetahui langkah-langkah awal yang harus dilakukan sebelum merumuskan *path analysis*. Model dekomposisi adalah model yang menekankan pada pengaruh yang bersifat kausalitas antar variabel, baik yang berpengaruh langsung atau tidak, sedangkan hubungan yang nonkausalitas atau hubungan korelasi yang terjadi antarvariabel eksogen tidak termasuk dalam perhitungan ini (Maruyama, 1998 (dalam Alma, 2012:136) Jika dilihat dari model dekomposisi, penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan model *indirect causal effect* yang artinya pengaruh satu variabel eksogen terhadap variabel endogen yang terjadi melalui variabel endogen lain yang terdapat dalam satu model kausalitas yang sedang di analisis (Alma, 2012:136). Hal ini dapat dilihat dari rumusan masalah yang ingin mengetahui pengaruh kepuasan konsumendan kualitas pelayanan terhadap citra *Minang Fantasy Waterpark And Resort*, lalu pengaruh tiga variabel ini terhadap loyalitas wisatawan yang berkunjung.

Adapun tahapan untuk mendapatkan hasil akhir dari *path analysis* adalah sebagai berikut:

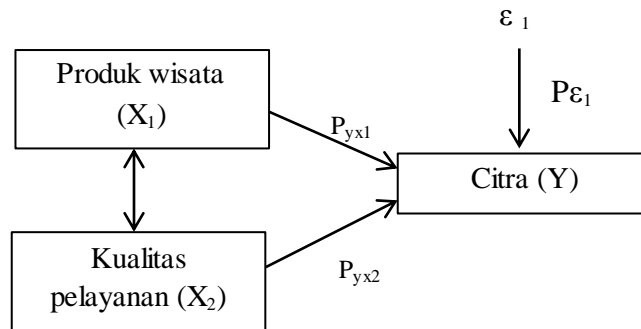
1. Membuat dua persamaan sub struktural dari hubungan kausal X_1 , X_2 , Y , dan Z



Gambar 3.3
struktural dari hubungan kausal X_1 , X_2 , Y , dan Z

Persamaan pertama

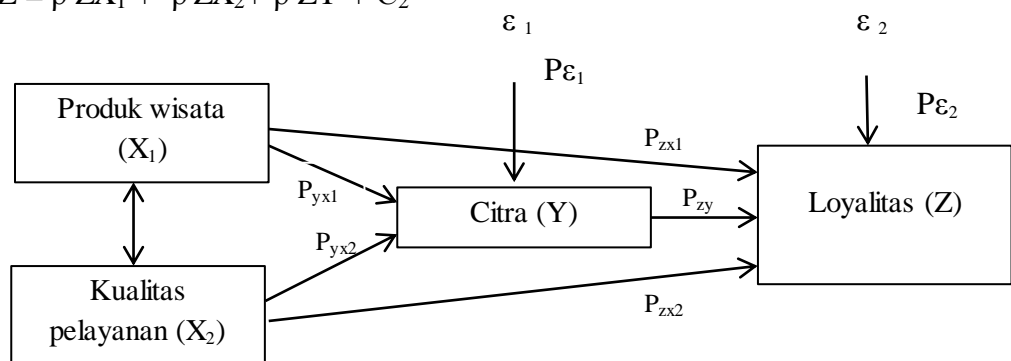
$$Y = \rho_{YX_1} X_1 + \rho_{YX_2} X_2 + \epsilon_1$$



Gambar 3.4
Struktur persamaan pertama

Persamaan kedua

$$Z = \rho_{ZX_1} X_1 + \rho_{ZX_2} X_2 + \rho_{ZY} Y + \epsilon_2$$



Gambar 3.5
Struktur persamaan kedua

2. Kemudian setelah persamaan ditemukan, langkah selanjutnya dalah mencari angka untuk mengisi persamaan-persamaan tersebut. Melakukan uji F X₁ dan X₂ ke Y untuk mengetahui seberapa besar X₁ dan X₂ mempengaruhi Y.
3. Melakukan Uji t X₁ dan X₂ ke Y untuk mengetahui apakah X₁ dan X₂ masing-masingnya mempengaruhi Y. Jika iya, maka kedua variabel tetap dimasukan kedalam persamaan Y, tapi jika salah satunya tidak

mempengaruhi maka akan di eliminasi dari model persamaan. Angka yang dihasilkan di kolom beta dalam tabel koefisien hasil SPSS dimasukan kedalam model persamaan Y.

4. Selanjutnya uji f X_1 , X_2 , dan Y ke variabel Z. untuk melihat seberapa besar ketiga variabel tersebut mempengaruhi variabel Z.
5. Kemudian melakukan uji t X_1 , X_2 , dan Y ke variabel Z untuk mengetahui angka yang akan dimasukan ke dalam persamaan Z. sama halnya dengan cara yang ketiga, maka angka yang ada di kolom beta di dalam tabel koefisien hasil SPSS dimasukan kedalam model persamaan Z.
6. Selanjutnya selesaikan persamaan yang sudah mendapatkan angka dan menghasilkan *total effect* untuk keseluruhan. Maka akan didapatkan apakah variabel X_1 , X_2 , dan Y memiliki pengaruh pada variabel Z.